

СИМВОЛИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ СОВЕТСКОЙ ЭПОХИ КАК РЕСУРС САМООПРЕЗЕНТАЦИИ В МЕДИАПОЛЕ РЕГИОНА

Отношение к символическому капиталу советской эпохи является в последние несколько лет одним из определяющих факторов самопрезентации в публичном дискурсе. Идет ли речь о медиапроектах, политических партиях или гламурном перформансе, символика и риторика советских времен используется для актуализации отношения «наши - не наши», «свои - чужие». Причем, региональные идеологические проекты отличаются от всероссийских в этом плане разве что масштабностью: тиражом или количеством участников.

Например, в последние годы целый спектр политических партий, движений используют в повседневной практике символический капитал советской эпохи. Большинство из них, по технологии работы стали маленькими копиями или “младшими братьями” КПСС, пытаясь выразить интересы всего населения страны разом, как единой общности (как прежде КПСС – «советский народ»). При этом, некоторые из них интерпретировали действительность через символический капитал советской эпохи со знаком «плюс», другие – со знаком «минус». Так, например, в предвыборных выступлениях коммунисты региона использовали слоган «Назад – в СССР!».

Вообще, для политической коммуникации характерна актуализация отношения **"свой-чужие"**, **"наши-не наши"**ⁱ. Не случайно лингвисты, изучающие проявление в текстах этих отношений, рассматривают тексты выступлений политиков, PR-тексты их предвыборных кампанийⁱⁱ. Данное противопоставление характерно, прежде всего, для языка тоталитаризма и рассматривалось в контексте изучения советской риторикиⁱⁱⁱ.

Оппозиция "свой-чужой" через отношение к советскому прошлому презентует в медиатекстах не только их авторов, но и адресатов. В текстах для

адресата "интеллигент" данная оппозиция выражена через противопоставление "прежде – теперь", в котором очевидны ностальгические настроения (газета «Завтра», «Литературная газета»).

"Сильное государство", по которому испытывают ностальгию представители данной целевой аудитории, без сомнения, относится к ценностям этой аудитории: *Сильное государство превратилось в притон воров и торгашей, остающихся в пределах прежних границ лишь по инерции, потому что у этой странной страны нет ничего национального, ничего святого, ничего объединяющего, кроме "буржуазных ценностей".* ("Литературная газета" №15, апрель 2005). И если еще пару лет назад представители власти были в данных текстах в стане "чужих", то на протяжении 2006-2007 годов отношение к власти несколько изменилось, и, прежде всего, улучшилось отношение к президенту. Накануне предстоящих президентских выборов большое количество публикаций и читательских писем говорило о необходимости третьего президентского срока для Владимира Путина. После выборов "Завтра" публикует программные статьи – своего рода "наказы" новому президенту и правительству, в которых очевидны имперские амбиции, ностальгия по советскому прошлому на фоне сочувствия к положению интеллигенции: *Теперь поговорим о самых широких слоях населения. Необходимо формирование активного думающего гражданина, способного стать опорой государства. И массовая культура, культивирующая "обывательскую" психологию с этой задачей вряд ли справится. Средства массовой информации должны создавать новых героев, и это отнюдь не «криминал», наводнивший наши экраны, а совсем другие сюжеты и фигуры. Нужно формировать новых героев: предпринимателей, фермеров, бизнесменов, промышленников, ученых. Нужно находить успешных людей и их всячески пиарить.*

Теперь поговорим о том, как повысить эффективность государства. Государству необходимо уйти от чисто бюрократических принципов управления, давно "канувших в лету", к новым принципам - жесткого корпоративного управления, включающих – планирование, ориентацию на

конечный результат, материальную заинтересованность служащих. Государство должно работать по модели "корпорация "Россия".

Должен существовать четкий и предельно жесткий институт планирования на федеральном уровне, при этом следует восстановить незаслуженно забытые "пятилетки" заменив их с учетом наших особенностей на четырех летние "президентские" планы ("Завтра", март 2008, www.zavtra.ru).

Авторы текстов **"для среднего класса"** (издания ИД «Эксперт», «Коммерсантъ», в Новгородском регионе – "ННГ") стимулируют адресата не только к участию в жизни государства, но и к контролю за действиями правительства и чиновников всех уровней. Противниками, "чужими" для представителей данной целевой аудитории объявляется не власть вообще, а *бюрократия адаптивная и мимикрирующая* (заголовок статьи в журнале "Эксперт", № 19, май 2007). Этот противник *сложный, хитрый и изворотливый*. Многие проблемы торможения развития страны связываются с необходимостью изменить ментальность чиновников и всех других граждан.

Вообще, само слово *чиновник* является в данной среде часто синонимом косности, бюрократизма: *Стремление чиновников неуклонно увеличивать зоны своего контроля – естественный, непреложный закон. А проблему физических и технических ограничений наши бюрократы придумали обходить очень просто – перекладывая работу на коммерческие структуры: банки и аудиторские компании* ("Эксперт", № 13, апрель 2007). Часто слово *чиновник* символизирует коррупцию в разных сферах социальной жизни: *О гигантских масштабах контрабанды в России и высоте служебного положения чиновников, крышующих этот криминальный бизнес, свидетельствуют редкие утечки в СМИ* («Эксперт С-3», №41, ноябрь 2007).

Один из способов существования в мире, где государство пассивно, некомпетентно, чиновники не могут договориться, как проводить реформу – самостоятельное действие *игроков рынка* без поддержки со стороны государства. Подчеркивается необходимость активности снизу, поскольку *нет*

поводов сидеть сложа руки и ждать клинической смерти, уповая на реаниматоров. Ведь если сейчас сделать рывок не получится, другого шанса не будет ("Эксперт С-3", №41, ноябрь 2007).

Имеется в данных текстах и критика поведения представителей крупного бизнеса, что отнюдь не означает неприятие рыночного развития современной экономики или наличия ностальгии по государственному контролю всей промышленности и культуры. Как раз наоборот, все ностальгические мотивы в явлениях культурной (выставки, фильмы, спектакли) и социальной (акции) жизни вызывают неприятие и усмешку, особенно, если это ностальгия по образу жизни СССР: *Так ведь это же не историческая, а ностальгическая выставка. В ней есть привкус того, что можно назвать мечтой о застое. Это мечта об уютном величии, о не нарушаемом ничем и никем покое. Русская мечта?* ("Эксперт С-3", № 34, сентябрь 2006).

Приемы этой риторики, а также использование образов советской культуры в последних общенациональных выборах, легко обнаружить в текстах не только общероссийского, но и регионального медиаполя. Смещение акцента предвыборной риторики на выборах в Государственную Думу с партии на президента, возглавившего ее список, упростило ситуацию с "чужими" – врагами страны: большинство населения поддерживало Путина, и трансформация врагов президента в противников стабильности страны в предвыборной риторике была очень логична.

Позитивный мессидж правящей партии был связан со стабильностью и порядком в стране времени Путина. Использование этого позитива в предвыборном дискурсе годилось как для выборов в Госдуму, так и для выборов президента.

Однако предвыборная ситуация в Новгородской области, в которой выборы Президента были совмещены с выборами главы областного центра и депутатов в городскую Думу, осложнялась для правящей партии некоторыми моментами. Всего за несколько месяцев до выборов, в момент поспешной смены губернатора М.М. Прусака на ставленника Москвы С.Г. Митина

Великий Новгород получил благодаря СМИ всероссийскую славу "криминального заповедника". Городская Дума объявила о своем самороспуске, один за другим заместители губернатора и руководители комитетов были сняты со своих постов, что, по сути, означало кризис региональной власти. Особенность предвыборной ситуации в Новгородской области состояла в восприятии недавнего прошлого избирателями. Те годы, которые избирателями большинства регионов России воспринимались как годы стабильности, роста благосостояния и появившейся уверенности в завтрашнем дне, для избирателей Новгородской области стали годами унижения и распада, годами зависимости экономики от местного криминала.

Поэтому, если голосование за Медведева не вызывало сомнений, как и в целом по стране, то проигрыш ставленников "Единой России" в местный орган власти был возможен. В конце концов, представители нынешней власти в период расцвета новгородской мафии обитали не на другой планете: как известно, губернатор М.М. Прусак также был одним из активнейших членов правящей партии. Поэтому региональная специфика риторики "Единой России" была связана с недопущением в местную власть ставленников бывших криминальных авторитетов. Таким образом, "чужими" и "врагами" были объявлены те, кто еще недавно занимал кабинеты администраций и считался народным избранником.

Риторика местной агитационной кампании отталкивалась не от противопоставления разрухе 90-х, а от совсем недавнего "криминального" прошлого региона. Таким способом выкристаллизовывался и образ врага, которому "Единая Россия" решила противостоять одним фронтом. В СМИ агитация велась не по избирательным участкам, а преимущественно с помощью рекомендации ставленников партии как единого целого: под рекламные материалы сразу для нескольких кандидатов - единороссов покупались газетные полосы, их фамилии и портреты выделялись в печати одним цветом и т.д. Показательна предвыборная листовка региональной ЕР, которая

представляла собой групповой снимок стоящих на центральной улице города кандидатов от ЕР.

Символический капитал советской эпохи использовали как ставленники "Единой России", так и оппозиционеры. Образы советской эпохи использовались политиками, кто рассчитывал на поддержку "советского" электората, тоскующего по идеалам коммуны, комсомольской работе и заготовке кормов в студенческие каникулы, так и теми, кто рисовал эти образы в качестве "страшилки", для агитации от противного.

Самым распространенным утверждением в PR- текстах единороссов было такое представление кандидата в городскую Думу: ***Наш кандидат!***

Интересно, что это утверждение взяли на вооружение и их противники: *Избиратель! Вручи депутатский мандат **нашему** кандидату!*

Городская Дума – не директорат! Дорогу пролетариату! (предвыборный текст Н.В. Коновалова, кандидата в депутаты Думы Великого Новгорода, февраль 2008).

В этом смысле символично название молодежного движения "Наши", реорганизация (а фактически частичный роспуск) которого авторы текстов массовой коммуникации трактовали как символический момент изменения политической обстановки в стране: *В нашей средней, глухой полосе ни подъема не видно, ни спада, но теперь уже "Наших" не надо, ибо наши теперь уже все* (Дмитрий Быков, Огонек, №6, февраль 2008). Этот иронический текст перепечатывает в момент выборов областная независимая газета "Новая Новгородская" (далее – "ННГ").

Вообще, зимой 2007 - 2008 годов в данной газете появлялось большое количество текстов, посвященных осмыслению советского прошлого. Это и интервью с пионерами 70-х и 80-х годов, которые делились воспоминаниями о карауле на "посту №1" в Кремле у Вечного огня, и рассказы о советских буднях с очередями и студенческими стройотрядами. При этом, даже неполитические события (например, появление в черте города заболевшего бешенством енота) становятся поводом разговора о политической ситуации в стране: *Некоторые*

участники февральской выборной кампании в Новгороде с удивлением обнаруживали, что их соперники знают то, о чем верные люди говорили по телефону. Нашли чему удивляться! <...> 1 февраля вступил в силу приказ Мининформсвязи. <...> Теперь ни суд, ни связисты даже не узнают, кого ОНИ прослушивают. <...> А вы говорите – еноты... Еноты – они ведь не нарочно бесятся. Не ради новых званий. Не из желания Вами повелевать. Все познается в сравнении. Милые, бешеные еноты!

55-летие со дня смерти Сталина – стало информационным поводом и возможностью говорить об опыте прошлого в контексте современной политической ситуации. При этом, в оппозиционных нынешней власти материалах не исключается возможность повторения культа личности и его последствий для страны: *Система большевизма, эта идеальная машина для массового производства смерти, давала ему неограниченные возможности для достижения своей цели.<...> Человек-жертва, человек-камикадзе, человек-самоотречение – идеальный материал для диктатора. <...> Россия XX века оставалась страной с критически подавляющим числом Несвободных людей. <...> Сталин жив. Его духовные дети ходят по земле и всегда, в любой день, готовы к его возвращению.* ("ННГ", № 10, март 2008). Констатация скорого возвращения советских политических и экономических реалий вообще характерна для независимой прессы этого периода. Это символизируют заголовки, в которых иногда выражается тревога авторов журналистских материалов по этому поводу, иногда ирония: *Нами опять будет править горьком партии* (заголовок новостного материала про победу кандидатов от «Единой России» на местных выборах в Думу Великого Новгорода, "ННГ" № 10, март 2008); *ХЛЕБ СТРОЕК: битва за цены* ("ННГ", №9, февраль 2008). В последнем заголовке очевидно обыгрывание штампа советских газет *битва за урожай*.

Интересно, что хлеб, переставший быть основным продуктом в современной России, в текстах политического дискурса продолжает оставаться символом главного, наиболее важного элемента жизни: С одной стороны:

Главная тенденция в современной России – общее снижение интереса к хлебу, некогда обязательному элементу национальной гастрономической культуры. Цифра потребления хлеба на одного россиянина за 10 лет снизилась вдвое (журнал "Эксперт", № 45, декабрь 2007, материал «Не хлебом единым»). С другой стороны: Как хлеб в каждом дворе необходимы спортивные, детские площадки, если мы не хотим потерять наше будущее. (Из рекламы кандидата в Депутаты городской Думы, газета "Новгород", №9, февраль 2008).

Вообще, хоть план Путина и предполагает устремленность в будущее, однако о будущем как в общероссийской, так и в региональных предвыборных кампаниях говорилось совсем немного. Заголовок к материалу о выступлении Путина в городской газете администрации "Новгород" *СВЕТЛОГО БУДУЩЕГО ЖДАТЬ ОСТАЛОСЬ УЖЕ НЕ ДОЛГО?* ("Новгород", №7, февраль 2008) не соответствует тексту материала, в котором о будущем почти ничего не говорится, тем более, о будущем региона.

В текстах общественно-политических СМИ преобладает сравнение «прежде-теперь». Разумеется, с различными идеологическими установками: *То есть раньше не досуг было делать капитальные ремонты, а теперь, получается, и не нужно. Вот как славно у них все вышло, когда закон, что дышло. А чего вы ожидали, господа, бывшие товарищи? За что, как говорится, боролись. Не нравилось носить коммунистические бревна, так несите теперь капиталистическое бремя* ("ННГ", №7, февраль 2008). *Народ хоть и вырос в правовой безграмотности, а все же интуитивно, нутром чувствует, когда его дуруют* (там же).

Интересно использование цитат из произведений искусства советских времен в предвыборном дискурсе: *ПРОКАТИ НАС, ПЕТРУША, НА ТРАКТОРЕ* (заголовок – цитата из советской песни; публикация о нехватке на селе рабочих рук и подготовке трактористов, "ННГ", №7, февраль 2008).

В следующем отрывке из предвыборного текста-биографии кандидата в депутаты Думы Великого Новгорода А.А. Добрякова иронии в отношении советского прошлого нет и в помине. Заголовок текста – цитата из песни

популярного советского кинофильма 1956 года «Весна на Заречной улице». Сам по себе заголовок не несет никакой информативной нагрузки, более того, абсолютно не связан тематически с озаглавленным текстом. Он несет определенную идеологическую заданность, призван вызвать у адресата позитивные ассоциации, связанные с советским прошлым. Текст биографии также называет основные ценности советского человека: семья и родительский дом, превалирование важности работы на благо общества в жизни человека, общественная работа в свободное от основного производства время, друзья, взаимопомощь:

И ЗДЕСЬ, НА ЭТОМ ПЕРЕКРЕСТКЕ...

Родительский дом для меня – идеал семейной жизни. Отец занимал высокие руководящие посты, известный человек в городе. Именно от него у меня убеждение, что работе надо отдавать себя полностью. От мамы – чувство локтя, товарищества, внимания к людям. А школа научила самостоятельности. Все было всерьез и от души. Может, потому и комсомольская работа не была для меня в тягость.

Мне нечего стыдиться. Напротив, в те годы, когда я был секретарем комсомольской организации «Кванта», мы сделали много полезного. Надо было – выходили вечером. Надо – ехали на заготовку кормов. Бесценный организаторский опыт я получил именно в комсомоле.

Для меня коммунизм – это не 37-ой год, а коммуна, где друзья работают и живут, помогают друг другу, больным и слабым.

Очевидно, что инклюзивное "МЫ" (автор + адресат) в следующем отрывке демонстрирует совсем другое отношение к необходимости участвовать в выборах: *Сложность положения, в которое попала юная российская демократия, в том, что пенсионеров, меня, вас – весь народ – держат за быдло и самые радикальные демократы, и самые заледенелые чиновники. Все норовят нас наставлять и направлять. И очаровывать грошовыми, но*

прибавками к пенсии, нищенскими «подарочками» за участие в выборах... ("ННГ", №7, февраль 2008).

Политическую ситуацию в регионе после выборов различные политические силы оценили по-разному; медиатексты осуществляют эту оценку вновь с использованием символов и реалий советской эпохи.

В независимой "ННГ" появляется репортаж с первого заседания городской Думы под заголовком *ПОДПОЛЬНЫЙ ГОРКОМ В ДЕЙСТВИИ* ("ННГ", №12, март 2008). В нем с горькой иронией автор (редактор издания) демонстрирует "советские" методы проведения заседаний и убеждения оппозиции: *Уговорить – не уговорили, но проголосовали как закулисное собрание партячейки. Судя по тому, что Г.Кондрашов был готов «начать с конца» - то есть сразу предложить руководителей комиссий,- и этот список был заранее утвержден «горкомом партии». Так что исход голосования сомнений не вызывал – кого назначат, тот и будет.*

Похоже, что главным «оживителем» тягостных бдений в Думе, прочно окуппированной единокороссами, будет все же Дмитрий Игнатов.

Корреспонденция в газете – органе городской власти – на эту же тему вышла под заголовком *ВОЗВРАЩЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ* ("Новгород", №12, март 2008) и, не касаясь разногласий внутри Думы, в позитивных тонах рассказывала о начале работы Думы. Показательно, что в другом материале этого же номера можно было прочесть, что *Большинство взрослых аббревиатура ТЮЗ словно возвращает в недалекое прошлое – счастливые времена пионерии и детства* (газета "Новгород", №12, март 2008).

"ННГ" и после выборов продолжает темы о приметах возвращения советских времен, приметах, которые совсем не радуют авторов текстов: *При советской власти считались диссидентами те, кто всего лишь требовал от государства: «Соблюдайте наши законы!» Их требование чтить Конституцию приравнивалось к подрывной деятельности. К сожалению, этот лозунг снова становится актуальным* ("ННГ", №12, март 2008).

Озабоченность возвращением советских реалий выражают на протяжении последних лет и общероссийские аналитические издания: *Казалось бы, советское государство с его тоталитарной промывкой мозгов осталось в далеком прошлом. Но мы восстанавливаем принципы двоемыслия в повседневной жизни с такой скоростью, какой сами от себя не ожидали.* ("Эксперт С-3", № 45, декабрь 2007).

Таким образом, использование скрытой цитации из текстов советских времен, описание советских реалий в современности и примет «советского» мышления могут служить способом самопрезентации общероссийского и регионального медиаресурса как оппозиционного или правительственного. Разделение авторов и адресатов текстов политической коммуникации на "своих" и "чужих" по отношению к символическому капиталу советской эпохи связано с рядом особенностей политической ситуации в регионе. В целом же это отношение отражает такую характеристику политического процесса, как механизм идентификации. "Советские образы" используются для реализации этого механизма особенно активно.

ⁱ Глазкова Н. В. Наши – не наши в советское время и сейчас / Н. В. Глазкова // Русская речь. – 2004. – № 1 – С. 51-53.

1. ⁱⁱ Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 3-е изд., стер. – М. : УРСС, 2003. – 284 с.; Каминская Т. Л. Ориентация на адресата как принцип создания текста массовой коммуникации / Т. Л. Каминская // «Я» и «Другой» в пространстве текста : межвуз. сб. науч. тр. – Пермь ; Любляна, 2007. – С. 193-205; Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / О. Н. Паршина ; Сарат. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов, 2005. – 325 с.; Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : Гнозис, 2004. – 324 с.

ⁱⁱⁱ Романенко А. П. Советская словесная культура: образ ратора / А. П. Романенко; Сарат. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского; под ред. О. Б. Сиротининой. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2000. – 210с.